

нансування розвитку, удосконалення системи управління в туристичному секторі.

Таким чином, пріоритетність розвитку зеленого туризму зумовлена такими обставинами, як один із стимулів малого підприємництва, яке є важливим для оздоровлення економіки аграрних районів України та вирішення проблеми з робочими місцями. Завдяки збереженій етнокультурній самобутності історичних країв нашої держави, яка виступає ексклюзивною, міжнародно-туристичною, конкурентною перевагою, а також завдяки великій кількості природних заповідників і національних природних парків тощо, зелений туризм в Україні має всі передумови для свого розвитку у майбутньому.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Верба Н.О.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Протягом останніх десятиріч туристична сфера перетворилася на одну з найбільш прибуткових галузей світової економіки. Для регіонів України туризм відіграє істотну роль у соціально-економічному розвитку територій та стимулює збереження наявних у регіоні туристичних ресурсів. Метою розвитку туризму в Україні та її регіонах є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї сфери на основі ефективного використання природних ресурсів та історико-культурного потенціалу України й забезпечення її соціально-економічних інтересів і екологічної безпеки.

Формування стратегії розвитку туризму в регіоні сприятиме відтворенню духовних і фізичних сил людей, збереженню історичної спадщини, розвитку і зближенню культур, створенню нових робочих місць, поліпшенню якості життя населення.

Вагомий внесок у дослідження теоретико-методичних засад стратегії розвитку туристичних ресурсів в регіонах зробили такі відомі автори, як: О. Александрова, О. Бейдик, М. Блага, М. Борушак, З. Герасимчук, В. Гетьман, В. Грицевич, О. Дудкіна, В. Кифяк, В. Мацола, О. Марченко, С. Кузик та інші. Проте, деякі важливі аспекти формування стратегії розвитку туризму у регіональному розрізі потребують подальшого дослідження.

Формування стратегії розвитку туризму доцільно почати з визначення місії, яка повинна відображати специфіку регіону та виступати як пріоритетний орієнтир, що відображає спрямованість діяльності. Місія повинна спиратися на ключову ідею розвитку в цілому.

Місія надає визначення майбутнього стану туристської галузі регіону, визначає дії, які можна сформулювати в такий спосіб:

- 1) оцінка рівня розвитку туризму на теперішній час;
- 2) формування цілей розвитку туризму, аналіз стратегічних альтернатив, визначення стратегії розвитку;
- 3) реалізація стратегії розвитку туризму для досягнення основних цілей і завдань [2].

Перший етап містить оцінку туристичних ресурсів регіонів за видами, визначення внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичних ресурсів та визначення цілей та завдань стратегії розвитку.

Завдання другого етапу – аналіз стратегічних альтернатив. Цільовою спрямованістю цього етапу є визначення допустимого набору варіантів розвитку. У цьому блоці здійснюється аналіз внутрішніх та зовнішніх загроз розвитку туризму, джерел виникнення загроз, визначення причинно-наслідкових зв'язків загроз і втрат, формування переліку заходів з попередження загроз, розробка пошукових і нормативних сценаріїв розвитку туристичних ресурсів.

Завдання третього етапу – визначення стратегії розвитку, конкретизація цілей і завдань регіонів на ринку туризму.

Формування стратегії розвитку туризму в регіоні сприятиме відтворенню духовних і фізичних сил людей, збереженню історичної спадщини, розвитку і зближенню культур, створенню нових робочих місць, поліпшенню якості життя населення.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

Веретеннікова В.К.

Науковий керівник – Богдан Н.М., д-р екон. наук, доцент

Ринкова економіка, бізнес і маркетинг останніми роками придбали в нашій країні цілком реальних рис. За рівнем розвитку ринкових відносин, інститутів технологій виробництва, якості життя основної маси населення Україна поки ще істотно відстає від країн Заходу. Однак реалії глобалізації ринків і бізнесу не залишають Україні вибору грати за правилами ринку, значить знайти на ринку своє місце і тільки тому, можливо, досягти успіху.

Особливо це стосується сфери туризму, тому, що особливість поведінки споживачів на туристському ринку володіє мінливим, чутливим характером та потребує ретельного вивчення та керування.